

证券代码：002970

证券简称：锐明技术

深圳市锐明技术股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 反路演 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上会议）
参与单位名称	上海重阳投资管理股份有限公司、博时基金、路博迈基金、惠升基金、东海基金、银华基金、浙江英睿投资管理有限公司、广东银石私募基金、广发证券、招商信诺资产管理有限公司、红杉资本股权投资管理(天津)有限公司、诺安基金、中国人寿养老保险、西部利得基金、宏利基金、上海聆泽投资管理有限公司、平安基金、大家资产管理有限责任公司、红塔证券、圆信永丰基金、上海东方证券、国寿安保基金、汇添富基金、兴业基金、华夏未来资本管理有限公司、海富通基金、富国基金、中信保诚基金、长安基金、摩根基金、汇丰晋信基金、上海睿亿投资发展中心（有限合伙）、嘉合基金、Taikang Asset Management (Hong Kong) Company Limited、Winnington Capital、长信基金、国金基金、上海迈维资产管理有限公司、兴业银行、国华兴益保险资产管理有限公司、深圳前海百创资本管理有限公司 （以上排名不分先后）
时间	2025年4月6日
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事长：赵志坚 董事会秘书：张炯
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司美国业务占比有多大，美国最新关税执行是否会对公司业绩产生重大负面影响？</p> <p>公司在全球各主要市场均有业务落地，并且非常重视业务的地区平衡性，亚太、南美、中东、非洲等地区业务近年来快速增长，美国单一市场营收占比逐年降低，今年一季度美国市场收入占公司整体营收比例已降至不足15%。</p> <p>公司产品技术含量高，和客户深度绑定，客户切换难度大，公司议价能力较强。从行业特性来看，公司产品成本占客户整体交付方案成本的比例适中，客户成本大头来自人工安装成本和日常运营维护成本，从目前沟通情况看，绝大部分美国客户评估关税引发的成本上升属于经营可控范围，已经做好承担新增关税成本的准备。客户普遍更加关注产品质量和供应的稳定性。目前公司没有降价计划。</p> <p>因此，美国新关税政策不会对公司收入和利润产生重大影响。</p> <p>2、美国最新关税政策对公司所处行业竞争格局产生巨大影响？</p> <p>公司在全球范围内的主要竞争对手总部或产能所在地，均处于此次美国新关税政策划定的高关税地区，没有竞争对手在此次关税事件中获得显著竞争优势。</p> <p>公司所处行业需要较大的研发投入，需要同时具备嵌入式软件研发能力、人工智能</p>

	<p>研发能力、硬件设计能力、柔性制造能力等，美国公司仅服务美国市场而构建完整产业能力的难度很大。</p> <p>因此，美国新关税政策会普遍性的增加美国本土行业终端用户的采购成本，但不会改变行业竞争格局。</p> <p>3、目前越南工厂的产能占公司总体产能比例怎样？未来全球产能布局计划？</p> <p>目前越南工厂和东莞工厂的产能规划都隶属于公司的全球化战略，实现一定程度的产能柔性伸缩，可根据业务需求快速调整。公司的产品属于小型智能硬件，生产工序包括 PCB 贴片、组装、测试等，无需大型特种设备，产线新增、调整灵活。</p> <p>越南工厂过去两年的运作，实现了自动化生产的落地，锻炼了公司海外产能运作的的能力，为公司未来在全球范围内进行均衡产能布局打下基础。</p> <p>虽然美国拟对越南产品加征大额关税，但公司面向全球市场开展业务，还有大量其他地区客户需要服务，越南工厂仍是公司重要的海外生产基地。并且自动化和模块化的越南现代化工厂短期完成建设和产能爬坡，让全球其他各地区客户更愿意与公司建立长期合作关系，并主动推动在当地本地化供应。公司会根据各区域市场需求增长情况，适时推进本地产能建设。</p> <p>4、中国新增对美国进口产品的特别关税是否会显著增加公司成本？</p> <p>公司上游采购主要包括主控芯片、存储芯片、通讯模块、基础电子元器件、结构件等，均不依赖于美国供应商，中国对美国新增关税不会造成公司产品成本上升。</p> <p>5、公司 2025 年海外业务战略？</p> <p>经过近二十年的海外业务探索和发展，目前公司在海外拥有一支超过 160 人的业务团队（约 35%为本地外籍员工），分布在欧洲、北美、南美、亚太、中东、非洲等区域，业务已经体现出一定的地区分布平衡性。并且南美、亚太、中东、非洲等地区去年的业务增速远超公司整体增速，因此在今年年初，公司海外营销团队构架由之前的“五大战区”升级为“八大战区”，重点增加了南美、亚太、中东、非洲的业务规划，希望更好把握住除欧美之外新兴市场的商业机会。</p> <p>6、公司 2025 年业绩增长的主要驱动力？</p> <p>人工智能技术在商用车行业的应用在全球范围内带来了巨大商机，AI 视频硬件在全球行业渗透率快速提升，行业规模在世界各个地区均快速增长。同时，公司深耕海外市场多年建立起来市场营销团队、长期高投入积累的核心技术，帮助公司不断提升市场占有率。</p> <p>7、公司前装业务的最新进展？</p> <p>商用车前装业务是公司级战略业务方向。公司以自身具有技术积累的视觉 AI 技术为基础，通过欧标补盲产品、电子后视镜产品、AEBS 产品等高技术含量、高附加值的产品切入商用车前装行业，立足中国，放眼世界。在 2024 年，公司的欧标前装产品已经搭载在国内主机厂客户的大型客车上，顺利在欧洲实现落地销售。2025 年，公司的欧洲前装市场团队正积极拓展欧洲本土商用车厂的合作机会，欧洲是商用车领域的行业高地，对产品有最高的行业标准要求，公司将全力以赴迎接挑战，争取有所突破。</p>
附件清单（如	无

有)	
日期	2025年4月6日